

DEPOSITORY LIBRARY MATERIAL

Culture statistics

Film industry

1979

Statistiques de la culture

L'industrie du film

1979



Note

This and other government publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores or by mail order.

Mail orders should be sent to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7, or to Publishing Centre, Supply and Services Canada, Ottawa, K1A OS9.

Inquiries about this publication should be addressed to:

Cultural Analysis Section,
Culture Sub-division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone:
593-6862) or to a local Advisory Services office:

St. John's (Nfld.)	(737-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3695)

Toll-free access to the regional statistical information service is provided in Nova Scotia, New Brunswick, and Prince Edward Island by telephoning 1-800-565-7192. Throughout Saskatchewan, the Regina office can be reached by dialing 1(112)800-667-3524, and throughout Alberta, the Edmonton office can be reached by dialing 1-800-222-6400.

Nota

On peut se procurer cette publication, ainsi que toutes les publications du gouvernement du Canada, auprès des agents autorisés locaux, dans les librairies ordinaires ou par la poste.

Les commandes par la poste devront parvenir à Ventes et services de publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7, ou à Imprimerie et édition, Approvisionnements et Services Canada, Ottawa, K1A OS9.

Toutes demandes de renseignements sur la présente publication doivent être adressées à:

Section de l'analyse des données culturelles,
Sous-division de la culture,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 593-6862) ou à un bureau local des Services consultatifs situé aux endroits suivants:

St. John's (T.-N.)	(737-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3695)

On peut obtenir une communication gratuite avec le service régional d'information statistique de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard en composant 1-800-565-7192. En Saskatchewan, on peut communiquer avec le bureau régional de Regina en composant 1(112)800-667-3524, et en Alberta, avec le bureau d'Edmonton au numéro 1-800-222-6400.

Statistics Canada
Education, Science and Culture
Division

Culture statistics

Film industry

1979

Statistique Canada
Division de l'éducation, des sciences
et de la culture

Statistiques de la culture

L'industrie du film

1979

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1982

February 1982
4-2223-520

Price: Canada, \$4.50
Other Countries, \$5.40

Catalogue 87-620

ISSN 0227-4000

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Février 1982
4-2223-520

Prix: Canada, \$4.50
Autres pays, \$5.40

Catalogue 87-620

ISSN 0227-4000

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- . . figures not available.
- . . . figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- R revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- . . nombres indisponibles.
- . . . n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- R nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

Preface

This publication is one of many since the early 1970's based upon the Cultural Statistics Program sponsored jointly by Statistics Canada and the Arts and Culture Branch of the Department of Communications. Many topics from book publishing to the recording industry have been dealt with; this publication analyses data on film theatres, distributors, and producers collected by Statistics Canada during the 1979 - 80 fiscal period.

This analysis was prepared by R.D. Anderson of the Cultural Analysis Section, Culture Sub-division. Readers wishing to comment on this publication or project or any other aspect of the program are invited to contact the Cultural Analysis Section.

Préface

La présente publication est un des nombreux documents publiés depuis le début des années 1970 dans le cadre du programme des statistiques de la culture parrainé conjointement par Statistique Canada et la Direction des arts et de la culture du ministère des Communications. De nombreux sujets ont été traités, tels que l'édition du livre et l'industrie de l'enregistrement, et la présente publication analyse les données sur les cinémas, les distributeurs et les producteurs de film recueillies par Statistique Canada au cours de l'année financière 1979 - 80.

Cette analyse a été rédigée par R.D. Anderson de la Section de l'analyse des données culturelles, Sous-division de la culture. Les lecteurs sont invités à nous faire connaître leurs commentaires sur la présente publication ou sur tout projet ou aspect du programme en s'adressant à la Section de l'analyse des données culturelles.



Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/39043008040243>

Table of Contents

	Page
Introduction	7
Survey Information and Data Quality	9
Theatres	11
Film Distributors	21
Film and Video-tape Production Companies	27
Text Table	
I. Family Expenditure on Recreational Activities, 1978	12
II. Number of Paid Admissions to Regular and Drive-in Theatres and Participation Rate, by Province, 1979	13
III. Capacity and Utilization of Seating, Regular and Drive-in Theatres, by Province, 1979	14
IV. Performance and Attendance Rates Per Screen for Regular Theatres, by Revenue Group of Theatre, 1979	15
V. Performance and Attendance Rates Per Screen for Drive-in Theatres, by Revenue Group of Theatre, 1979	16
VI. Revenue and Expenses Per Performance for Regular and Drive-in Theatres, by Revenue Group, 1979	17
VII. Breakdown of Operating Costs, Regular and Drive-in Theatres, 1979	18
VIII. Employees and Salaries, by Revenue Group of Theatre, 1979	18
IX. Average Annual Profit Per Theatre, by Revenue Group of Theatre, 1979	19
X. Sales and Rentals of Film and Video-tape Productions, by Market and Origin of Financial Control of Film Distributor, 1979	21
XI. Number of New Theatrical Features, by Origin of Financial Control of Distributor and Origin of Copyright Ownership, 1979	22
XII. Productions Distributed by Type and Language of Production, Market and Origin of Financial Control of Distributor, 1979	23
XIII. Revenue and Expenses and Average Profits, by Revenue Group of Distributor, 1979	25
XIV. Royalties, Rentals and Commissions, Paid by Distributors to Producers, by Origin of Copyright Ownership of Production and Origin of Financial Control of Distributor, 1979	25

Table des matières

	Page
Introduction	7
Renseignements sur l'enquête et sur la qualité des données	9
Cinémas	11
Distributeurs de film	21
Entreprises de production de films et de bandes vidéo	27
Tableau explicatif	
I. Dépenses des familles au titre des loisirs, 1978	12
II. Nombre d'entrées payantes dans les cinémas ordinaires et les ciné-parcs et taux de participation, par province, 1979	13
III. Nombre de places et taux d'utilisation, cinémas ordinaires et ciné-parcs, selon la province, 1979	14
IV. Représentations et taux de fréquentation par écran, cinémas ordinaires, selon la tranche de revenu, 1979	15
V. Représentations et taux de fréquentation par écran, ciné-parcs, selon la tranche de revenu, 1979	16
VI. Recettes et dépenses par représentation, cinémas ordinaires et ciné-parcs, selon la tranche de revenu, 1979	17
VII. Répartition des frais d'exploitation, cinémas ordinaires et ciné-parcs, 1979	18
VIII. Employés et salaires, selon la tranche de revenu du cinéma, 1979	18
IX. Bénéfices annuels moyens par cinéma, selon la tranche de revenu, 1979	19
X. Vente et location de films et de bandes vidéo, selon le marché visé et l'origine du contrôle financier du distributeur de film, 1979	21
XI. Nombre de films commerciaux nouveaux, selon l'origine du contrôle financier du distributeur et l'origine des droits d'auteur, 1979	22
XII. Productions réparties selon le genre et la langue de production, le marché et l'origine du contrôle financier du distributeur, 1979	23
XIII. Recettes, dépenses et bénéfices moyens, selon la tranche de revenu du distributeur, 1979	25
XIV. Redevances, loyers et commissions versés par les distributeurs aux producteurs, selon l'origine des droits d'auteur de la production et l'origine du contrôle financier du distributeur, 1979	25

TABLE OF CONTENTS – Concluded

Text Table	Page
XV. Number of Employees and Salaries, by Revenue Group of Distributor, 1979	26
XVI. Revenue and Expenditures of Production Companies, by Revenue Group, 1979	27
XVII. Revenue from the Sale and Rental of Film and Video-tape Productions, by Market and Revenue Group of Production Company, 1979	28
XVIII. Total Revenue of Production Companies, by Type of Customer, 1979	29
XIX. Film and Video-tape Productions, by Type and Language, 1979	30
XX. Film and Video-tape Productions, by Type of Production and Revenue Group of Production Company, 1979	31

Table

1. Family Expenditure on Theatre Tickets in Selected Cities, 1978	34
2. Number of Theatres, Paid Admissions and Admission Receipts, by Province, 1979	35
3. Breakdown of Sources of Revenue of Theatres, 1979	36
4. Admission Receipts by Origin of Financial Control and Revenue Group of Theatre, 1979	36
5. Number of Production Companies (Private Sector) and Total Revenue, by Revenue Group, 1979	37
6. Number of Employees and Salaries, by Revenue Group of Production Company, 1979	37

TABLE DES MATIÈRES – fin

Tableau explicatif	Page
XV. Nombre d'employés et salaires, selon la tranche de revenu du distributeur, 1979	26
XVI. Recettes et dépenses des entreprises de production, selon la tranche de revenu, 1979	27
XVII. Recettes provenant de la vente et de la location de films et de bandes vidéo, selon le marché et la tranche de revenu de l'entreprise de production, 1979	28
XVIII. Recettes totales des entreprises de production, selon la catégorie de client, 1979	29
XIX. Production de films et de bandes vidéo, selon le genre et la langue, 1979	30
XX. Production de films et de bandes vidéo, selon le genre de production et la tranche de revenu de l'entreprise de production, 1979	31

Tableau

1. Dépenses des familles pour les billets de cinéma, certaines villes, 1978	34
2. Nombre de cinémas, entrées payantes et recettes au guichet, selon la province, 1979	35
3. Ventilation des sources de revenu des cinémas, 1979	36
4. Recettes au guichet selon l'origine du contrôle financier et la tranche de revenu du cinéma, 1979	36
5. Nombre d'entreprises de production (secteur privé) et recettes totales, selon la tranche de revenu, 1979	37
6. Nombre d'employés et salaires, selon la tranche de revenu de l'entreprise de production, 1979	37

Introduction

Despite all the new forms of competing entertainment that have become established in the last few decades, the motion picture industry still thrives in all its major markets as an entertainment and educational media art form and business. Contrary to popular opinion, movie theatre attendance is no longer in a decline and has not been since 1963. The statistics show a basically stabilized attendance pattern with increases in average ticket prices large enough to cover the rise in the cost of operations but not large enough to diminish attendance. Moreover, the theatrical sector is only one of three major markets for film; in fact, in Canada the television and sponsored film markets are much bigger insofar as the total revenue for production companies is concerned. Government tax incentive programs could alter this relationship in the coming few years: the feature film industry could become a Canadian strength, but only time will tell.

Introduction

En dépit de toutes les formes de loisir qui sont venues faire concurrence au cinéma au cours des dernières décennies, l'industrie du film prospère encore sur ses principaux marchés comme activité de loisir et média éducatif tout autant que comme entreprise. Contrairement à l'opinion populaire voulant que l'industrie soit en régression, l'assistance au cinéma n'a pas connu de baisse depuis 1963. Les statistiques montrent un profil d'assistance fondamentalement stable, et une augmentation du prix des billets suffisamment importante pour couvrir l'augmentation des frais d'exploitation, mais non pas assez élevée pour faire diminuer le nombre de spectateurs. En outre, le secteur du cinéma n'est qu'un des trois principaux marchés du film; en fait, la télévision et le film subventionné sont des marchés plus rentables que le cinéma pour les entreprises de production canadiennes. Toutefois, le programme de stimulants financiers du gouvernement canadien pourrait renverser ces tendances dans les prochaines années, et faire du long métrage une entreprise populaire au Canada, mais seul l'avenir le dira.

SURVEY INFORMATION AND DATA QUALITY

This publication presents statistical data on motion picture theatres, distributors, and film and video-tape motion picture production companies. The time period covered is the respondents' fiscal 1979-80 period which could have ended at any time between April 1, 1979 and March 31, 1980. Only private sector companies are dealt with in this publication. Any reader wanting the inclusion of government agencies involved in motion picture production may request special tabulations from Statistics Canada.

Data were collected via mail-back questionnaires sent in February and March 1980 to firms that were listed in Statistics Canada's Business Register files as being in scope to the Standard Industrial Classification Codes 841 and 842 – Motion Picture Theatres and Motion Picture Production and Distribution. Additional names were drawn from association membership lists, provincial licensing agency lists and trade journals.

Since questionnaires were mailed to all known establishments rather than only to a sample, any inaccuracy in the results is due to non-sampling error. This may occur at any phase of a survey operation and includes coverage errors, and processing errors. The careful design of the questionnaire, the existence of quality control procedures and the monitoring of survey operations help to limit the magnitude of non-sampling errors for these surveys.

Motion picture production company questionnaire returns were included if the respondent either earned some revenue or produced a film or both. Money received by production companies from investors to finance production has not been included in the revenue totals, but any such revenue eventually generated from such investment is included. Distribution company and motion picture theatre company questionnaires were included if the respondent was active at all during the survey period.

RENSEIGNEMENTS SUR L'ENQUÊTE ET SUR LA QUALITÉ DES DONNÉES

Cette publication présente des données statistiques sur les cinémas, sur les entreprises de distribution et sur celles de production de films et de bandes vidéo. La période d'enquête correspond à l'exercice financier 1979-80 des répondants, exercice qui peut s'être terminé n'importe quand entre le 1^{er} avril 1979 et le 31 mars 1980. Seules les entreprises du secteur privé font l'objet de l'étude. Les lecteurs désirant obtenir des renseignements incluant les agences gouvernementales impliquées dans la production de films peuvent obtenir des tableaux spécifiques sur demande.

Les données ont été recueillies au moyen de questionnaires postaux envoyés en février et mars, aux établissements qui, d'après le Registre des entreprises de Statistique Canada, appartenaient aux catégories 841 – Cinémas et 842 – Production et distribution de films selon la classification des activités économiques. D'autres noms ont été ajoutés à partir des listes d'associations professionnelles et d'organismes provinciaux de permis et de revues spécialisées.

Comme il s'agissait d'une enquête exhaustive plutôt que d'un sondage, les imprécisions qui apparaissent dans les résultats sont attribuables à des erreurs non dues à l'échantillonnage. Ce genre d'erreur peut se produire à n'importe quelle étape de l'enquête et comprend les erreurs attribuables au champ d'observation, la non-réponse en totalité ou en partie, les erreurs de réponse et de traitement. La conception minutieuse du questionnaire, les procédures de contrôle de la qualité et la surveillance des opérations d'enquête permettent de limiter les erreurs non dues à l'échantillonnage de ces enquêtes.

Les questionnaires provenant des entreprises de production ont été considérés dans l'étude lorsqu'ils indiquaient que le répondant avait soit des recettes au titre de la production, soit produit un film. Les sommes reçues d'investisseurs pour le financement de films ne sont pas incluses dans les recettes totales; cependant, les recettes éventuellement générées par ces investissements sont incluses. En ce qui concerne les entreprises de distribution et les cinémas, leurs questionnaires ont été considérés si en aucun moment, durant la période d'enquête, ils étaient actifs.

THEATRES

Attendance

The "golden age" of movie theatre attendance saw an average of 18 tickets sold yearly for every man, woman and child in Canada.¹ Since that peak year of 1952 when 14.4 million Canadians purchased 256.1 million movie tickets, the recreational and entertainment options competing with "going to the movies" have had a profound impact on theatre attendance. In 1979, only 99.1 million tickets were sold to a much larger Canadian population than that of 1952, a mere 4.2 tickets per person or less than a quarter of the rate of the peak years.

Despite the low rate of attendance in 1979, the watershed year for ticket sales was actually 1963, the end of an 11-year decline. Since then ticket sales have not fluctuated from the 1963 sales of 97.9 million tickets by more than 10.5%; furthermore, ticket sales have not fluctuated by more than 8.1% on a year-to-year basis. Why 1963? Statistics on television set ownership² indicate that was the year that Canadian households owning sets exceeded 90% for the first time. In other words, the novelty of television wore off for the Canadian consumer and its effect on ticket sales can be said to have stabilized since then.

In 1978³ (the latest year for which data are available) urban Canadian families spent an average of \$38.90 on movie tickets, \$21.50 on plays, concerts, operas, ballet, etc., and \$18.20 on spectator sports which seems to put spending on movie tickets in a favourable light. However, Canadians spent an average of \$980 on recreational and entertainment activities and equipment which demonstrates conclusively that "going to the movies" is only one of many other activities competing for the consumer dollar (Text Table I).

Provincially, attendance (Text Table II) varies widely with a per capita rate in 1979 of 2.5 in Newfoundland to a high of 5.3 in Alberta. Nationally, the per capita rate at 4.2 times per year is considerably less than that of the United States (7.2) but considerably more than that of the United Kingdom (1.9).⁴

¹ Statistics Canada, Catalogue 87-620, *Culture Statistics, Film Industry, 1978*.

² Statistics Canada, Catalogue 64-202, *Household Facilities and Equipment*.

³ Statistics Canada, Catalogue 62-550, *Family Expenditure in Canada, 1978*, Vol. 2, Major urban centres: sixteen cities.

⁴ UNESCO, *Statistical Yearbook, 1980*.

CINÉMAS

Participation

Dans la période la plus florissante de l'industrie du cinéma, on vendait annuellement en moyenne 18 billets pour chaque homme, femme et enfant au Canada¹. Depuis cette apogée en 1952, où 14.4 millions de Canadiens ont acheté des billets de cinéma pour une valeur de 256.1 millions, les autres activités de loisirs qui font concurrence au cinéma ont eu une profonde incidence sur l'assistance au cinéma. En 1979, la vente de billets ne rapportait que 99.1 millions pour une population beaucoup plus grande que celle enregistrée en 1952, et ne représentait que 4.2 billets par personne ou moins d'un quart du taux enregistré dans les années les plus florissantes de cette industrie.

En dépit de ce faible taux d'assistance en 1979, c'est 1963 qui a été l'année la plus creuse pour l'industrie, marquant la fin d'une période de régression longue de 11 ans. Depuis cette date, le montant des ventes de billets n'a pas fluctué de plus de 10.5 % par rapport aux 97.9 millions enregistrées en 1963. En outre, si on les calcule sur une base annuelle, les ventes de billets n'ont pas varié de plus de 8.1 % d'une année à l'autre. Pourquoi 1963? Les statistiques sur la possession de téléviseurs² indiquent que cette année-là la proportion des ménages canadiens qui possédaient un téléviseur était, pour la première fois, supérieure à 90%; en d'autres mots, l'emballage pour la télévision commença à s'estomper à partir de cette année-là et de même, ses répercussions sur les ventes de billets.

En 1978³ (la dernière année pour laquelle nous possédons des données), les familles canadiennes vivant dans les villes ont dépensé en moyenne \$38.90 pour les billets de cinéma, \$21.50 pour les pièces de théâtre, les concerts, les opéras, les spectacles de ballet, etc., et \$18.20 pour les spectacles sportifs, ce qui semble indiquer que le cinéma a retrouvé sa place parmi les loisirs des Canadiens. Toutefois, les Canadiens dépensent en moyenne \$980 pour les activités récréatives et les spectacles ainsi que l'équipement, ce qui prouve que le cinéma n'est qu'une des nombreuses activités auxquelles les Canadiens consacrent leur argent (voir le tableau explicatif I).

Le taux de participation par habitant (tableau explicatif II) varie grandement d'une province à l'autre en 1979, allant de 2.5 à Terre-Neuve à 5.3 en Alberta. La participation moyenne au Canada qui se chiffre à 4.2 pour l'année est considérablement inférieure à celles des États-Unis (7.2) mais de beaucoup supérieure à celle du Royaume-Uni (1.9)⁴.

¹ Statistique Canada, no 87-620 au catalogue, *Statistiques de la culture, L'industrie du film, 1978*.

² Statistique Canada, no 64-202 au catalogue, *L'équipement ménager*.

³ Statistique Canada, no 62-550 au catalogue, *Dépenses des familles au Canada, 1978*, vol. 2, Grands centres urbains: seize villes.

⁴ UNESCO, *Annuaire statistique, 1980*.

TEXT TABLE I. Family¹ Expenditure on Recreational Activities, 1978TABLEAU EXPLICATIF I. Dépenses des familles¹ au titre des loisirs, 1978

	Average per family	Families reporting expenditure
	Moyenne par famille	Familles ayant déclaré leurs dépenses
	dollars	per cent
		pourcentage
Movies -- Cinéma	38.90	63.9
Plays, concerts, operas, ballet, etc. -- Théâtre, concerts, opéras, ballet, etc.	21.50	36.5
Spectator sports -- Spectacle sportif	18.20	24.6
Other events: fairs, museums, zoos, etc. -- Autres événements: foires, musées, zoos, etc.	17.10	43.0
Recreational fees, licences and dues -- Frais de loisirs, permis et cotisations	71.20	46.4
Home recreation equipment -- Équipement récréatif pour l'intérieur	156.70	78.5
Outdoor recreation equipment -- Équipement récréatif pour l'extérieur	241.00	51.6
Home entertainment equipment -- Équipement pour divertissement au foyer	237.90	84.0
Other, including package holidays -- Autres, y compris voyages tous frais compris	177.30	...
Total recreational expenditure -- Dépenses totales au titre des loisirs	979.80	96.2

¹ "Family" refers to all families and unattached individuals.

¹ "Famille" signifie toutes les familles et tous les particuliers vivant seuls.

Source: Statistics Canada, Catalogue 62-550, *Family Expenditure in Canada, 1978*, Vol. 2, Major urban centres: sixteen cities.

Source: Statistique Canada, *Dépenses des familles au Canada, 1978*, vol. 2, Grands centres urbains: seize villes, n° 62-550 au catalogue.

Capacity

Canada's 1,064 regular commercial theatres and 291 commercial drive-in theatres have 627,376 seats and 139,048 automobile spaces, respectively. For regular theatres this amounts to 26.5 seats per 1,000 inhabitants Canada-wide, a figure which also varies widely province by province (Text Table III). Saskatchewan at 36.2 seats per 1,000 rates the highest of the provinces while Newfoundland rates 15.4 seats, the lowest.

Average capacity utilization, that is, the percentage of seats filled as an average over the year 1979, works out to about 19.4% nation-wide, although there are once again variations between provinces with a range from 15.8% for Nova Scotia to 24.5% for Prince Edward Island.

Nombre de places

Les 1,064 cinémas ordinaires et les 291 ciné-parcs du Canada possèdent en tout 627,376 sièges et 139,048 places pour automobile respectivement. Les cinémas ordinaires comptent en moyenne 26.5 sièges pour 1,000 habitants, mais les chiffres qui composent cette moyenne varient grandement d'une province à l'autre (tableau explicatif III). La Saskatchewan est la province qui possède le plus de sièges pour 1,000 personnes (36.2) et Terre-Neuve, celle qui en possède le moins (15.4).

Le taux d'utilisation moyen, c'est-à-dire le pourcentage de sièges occupés, s'établit à environ 19.4 % en 1979 pour l'ensemble des provinces, les taux individuels s'échelonnant de 15.8 % (Nouvelle-Écosse) à 24.5 % (Île-du-Prince-Édouard).

TEXT TABLE II. Number of Paid Admissions to Regular and Drive-in Theatres and Participation Rate, by Province, 1979**TABLEAU EXPLICATIF II.** Nombre d'entrées payantes dans les cinémas ordinaires et les ciné-parcs et taux de participation, par province, 1979

	Population ¹	Paid	Participation
		admissions	rate
		Entrées payantes	Taux de participation
	thousands		times/year
	milliers		fois/année
Newfoundland – Terre-Neuve	574	1,434	2.5
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard	123	609	5.0
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse	848	2,964	3.5
New Brunswick – Nouveau-Brunswick	701	2,015	2.9
Québec	6,284	22,252	3.5
Ontario	8,503	39,039	4.6
Manitoba	1,032	3,981	3.9
Saskatchewan	959	3,869	4.0
Alberta	2,013	10,696	5.3
British Columbia – Colombie-Britannique	2,570	11,953	4.7
Yukon and Northwest Territories – Yukon et Territoires du Nord-Ouest	65	315	4.8
Canada	23,671	99,127	4.2

¹ Statistics Canada, Catalogue 11-003E, Vol. 54, No. 12, *Canadian Statistical Review*.

¹ Statistique Canada, *Revue statistique du Canada*, vol. 54, no 12, no 11-003F au catalogue.

Performance Data

Text Table IV presents performance and attendance data by revenue size groups of theatres. Revenue here refers to ticket sales, refreshment stand sales and all other forms of revenue. In Text Table IV we see that Canada's 1,064 regular theatres consisting of 1,339 separate screens presented an average of 658 showings per screen during 1979. In fact, the number of showings per screen increases steadily the greater the revenue group. The smallest revenue group — theatres with total revenue of less than \$50,000 — averaged only 180 performances during 1979. A typical theatre in this range seats 299 persons per screen but attracts only 51 paying customers for an average capacity utilization of 16.5%. The greatest revenue group — those theatres with total revenue of \$1 million or more — put on an average of 1,294 performances per screen with an average seating capacity of 479 persons and attracted 106 persons per showing for an average capacity utilization of 23.5%.

As one would expect, performance data for drive-in theatre are quite different. Drive-ins averaged only 188 showings per screen as compared to the regular theatres' 658. Nonetheless drive-ins still account for about

Représentations

Le tableau explicatif IV présente les données sur les représentations et l'assistance par tranches de revenu des cinémas. "Revenu" correspond ici aux recettes provenant des ventes de billet, des comptoirs de rafraîchissement et toute autre forme de revenu. Au tableau explicatif IV, nous constatons que les 1,064 cinémas ordinaires du Canada qui comptent en tout 1,339 écrans, ont offert en moyenne 658 représentations par écran au cours de 1979. En fait, plus la tranche de revenu du cinéma est élevée, plus le nombre de représentations est grand. Les cinémas qui se classent dans la tranche de revenu le moins élevé (moins de \$50,000) ont offert en moyenne 180 représentations en 1979. Les cinémas de cette catégorie peuvent accueillir 299 personnes par écran, mais n'attirent que 51 clients environ, ce qui porte leur taux d'utilisation moyen à 16.5 % seulement. Les cinémas faisant partie de la tranche de revenu le plus élevé (\$1 million ou plus) donnent en moyenne 1,294 représentations par écran et possèdent environ 479 sièges, et ils attirent en moyenne 106 personnes par représentation, ce qui équivaut à un taux moyen d'utilisation de 23.5 %.

Les données pour les ciné-parcs sont, il va sans dire, fort différentes. Ce genre de cinémas n'offre en moyenne que 188 représentations par écran comparativement à 658 pour les cinémas ordinaires. Néanmoins, ces cinémas accaparent

TEXT TABLE III. Capacity and Utilization of Seating, Regular and Drive-in Theatres, by Province, 1979

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de places et taux d'utilisation, cinémas ordinaires et ciné-parcs, selon la province, 1979

Province	Drive-ins		Regular theatres	
	Ciné-parcs		Cinémas ordinaires	
	Number	Automobile capacity	Number	Seating capacity
number — nombre				
Newfoundland — Terre-Neuve	4	1,700	19	8,828
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard	7	1,882	8	3,981
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	13	4,520	37	21,892
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	22	6,495	30	14,921
Québec	34	31,435	297	178,090
Ontario	89	47,988	280	202,569
Manitoba	18	6,207	60	26,708
Saskatchewan	38	11,319	85	34,756
Alberta	27	14,246	116	63,206
British Columbia — Colombie-Britannique	39	13,256	125	69,979
Yukon and Northwest Territories — Yukon et Territoires du Nord-Ouest	—	—	7	2,446
Canada	291	139,048	1,064	627,376
Regular theatres				
Cinémas ordinaires				
		Average capacity utilization	Population per regular theatre	Regular theatre seats per 1,000 population
		Taux d'utilisation moyen	Population	Population par cinéma
		per cent	thousands	Sièges de cinéma pour 1,000 habitants
		pourcentage	milliers	
Newfoundland — Terre-Neuve	15.9	574	30,211	15.4
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard	24.5	123	15,375	32.4
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	15.8	848	22,919	25.8
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	16.0	701	23,367	21.3
Québec	17.3	6,284	21,158	28.3
Ontario	21.1	8,503	30,368	23.8
Manitoba	18.1	1,032	17,200	25.9
Saskatchewan	16.9	959	11,282	36.2
Alberta	19.1	2,013	17,353	31.4
British Columbia — Colombie-Britannique	22.4	2,570	20,560	27.2
Yukon and Northwest Territories — Yukon et Territoires du Nord-Ouest	26.6	65	9,286	37.6
Canada	19.4	23,671	22,247	26.5

12% of all ticket sales, even though they do not show matinees and generally have only one complete performance per evening (Text Table V).

environ 12 % des recettes tirées de la vente de billets, même s'ils n'offrent pas de spectacles en matinée et qu'ils ne donnent ordinairement qu'une représentation complète par soirée (tableau explicatif V).

TEXT TABLE IV. Performance and Attendance Rates Per Screen for Regular Theatres, by Revenue Group of Theatre, 1979

TABLEAU EXPLICATIF IV. Représentations et taux de fréquentation par écran, cinémas ordinaires, selon la tranche de revenu, 1979

Revenue group	Number of theatres	Number of screens	Total seating capacity	Average seating capacity per screen	
Tranche de revenu	Nombre de cinémas	Nombre d'écrans	Nombre total de sièges	Nombre moyen de sièges par écran	
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	204	210	62,712	299	
\$ 50,000 - \$ 99,999	201	205	79,627	388	
100,000 - 249,999	287	305	151,411	496	
250,000 - 499,999	203	256	147,320	575	
500,000 - 999,999	119	213	114,498	538	
1,000,000 and over – et plus	50	150	71,808	479	
Total	1,064	1,339	627,376	469	
	Total number of performances	Average number of performances per screen	Total attendance	Average attendance per screen per showing	Average capacity utilization
	Nombre total de représentations	Nombre moyen de représentations par écran	Assistance totale	Assistance moyenne par écran par représentation	Taux moyen d'utilisation
					per cent
					pourcentage
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	37,787	180	1,927,927	51	16.5
\$ 50,000 - \$ 99,999	78,300	382	4,725,924	60	15.9
100,000 - 249,999	167,383	549	14,268,883	85	17.1
250,000 - 499,999	199,131	778	21,429,393	108	18.0
500,000 - 999,999	203,759	957	24,058,655	118	20.5
1,000,000 and over – et plus	194,119	1,294	20,641,864	106	23.5
Total	880,479	658	87,052,646	99	19.4

Revenue and Expenses

Text Table VI gives average revenue, expenses and profits per performance per screen for regular and drive-in theatres, broken down by revenue group. Regular theatres averaged a total operating revenue of \$335 per performance per screen consisting of \$271

Recettes et dépenses

Le tableau explicatif VI présente les recettes, les dépenses et les bénéfices moyens par représentation par écran pour les cinémas ordinaires et les ciné-parcs selon la tranche de revenu. Les cinémas ordinaires affichent des recettes d'exploitation totales de \$335 par représentation par écran qui proviennent

TEXT TABLE V. Performance and Attendance Rates Per Screen for Drive-in Theatres, by Revenue Group of Theatre, 1979

TABLEAU EXPLICATIF V. Représentations et taux de fréquentation par écran, ciné-parcs, selon la tranche de revenu, 1979

	Number of theatres	Number of screens	Total car capacity	Average car capacity per screen	
Revenue group	Nombre de cinémas	Nombre d'écrans	Nombre total de places d'automobile	Nombre moyen de places d'automobile par écran	
Tranche de revenu					
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	48	48	8,710	181	
\$ 50,000 - \$ 99,999	72	72	20,330	282	
100,000 - 249,999	94	96	40,203	419	
250,000 - 499,999	57	70	43,914	627	
500,000 and over – et plus	20	41	25,891	631	
Total	291	327	139,048	425	
	Total number of performances	Average number of performances per screen	Total attendance	Average attendance per screen per showing	
	Nombre total de représentations	Nombre moyen de représentations par écran	Assistance totale	Assistance moyenne par écran par représentation	
				per cent	
				pourcentage	
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	5,408	113	466,308	86	11.9
\$ 50,000 - \$ 99,999	10,495	146	1,323,370	126	11.2
100,000 - 249,999	18,341	191	3,272,577	178	10.6
250,000 - 499,999	16,619	237	4,055,851	244	9.7
500,000 and over – et plus	10,752	262	2,956,273	275	10.9
Total	61,615	188	12,074,379	196	11.5

¹ Based upon four persons per car, a standard used in the UNESCO *Statistical Yearbook*.¹ Fondé sur une moyenne de quatre personnes par voiture, norme utilisée dans l'*Annuaire statistique* de l'UNESCO.

(81%) in ticket sales (not including amusement taxes), refreshment receipts of \$61 (18%), and miscellaneous operating revenue of about 1%. Expenses amounted to \$265 on average, for a pre-tax profit of \$70 per performance or about 21% of total operating revenue. Drive-in theatres averaged a total operating revenue of \$905 per performance per screen, made up of \$617

dans une proportion de 81 % (\$271) des ventes de billet (non comprise la taxe sur les amusements), de 18 % (\$61), des comptoirs de rafraîchissement et environ 1 %, d'exploitations diverses. Les dépenses s'élèvent en moyenne à \$265, les bénéfices avant impôt étant de \$70 par représentation ou environ 21 % des recettes totales d'exploitation. Les ciné-parcs pour leur part affichent en moyenne des recettes d'exploitation

(68%) ticket receipts, \$278 (31%) refreshment receipts, and about 1% miscellaneous operating revenue. Expenses averaged \$665, leaving a pre-tax profit of \$240 or about 26.5% of total operating revenue. Drive-in theatres averaged much higher refreshment receipts when compared to regular theatres (31% vs. 18% of total revenue) which partially accounts for their greater overall rate of return.

totales de \$905 par représentation par écran, soit \$617 (68 %) provenant des ventes de billet, \$278 (31 %), des comptoirs de rafraîchissement et environ 1 % d'exploitations diverses. Leurs dépenses se chiffrent en moyenne à \$665, ce qui laisse des bénéfices avant impôt de \$240 ou d'environ 26.5 % des recettes totales d'exploitation. Les ciné-parcs tirent beaucoup plus de recettes des comptoirs de rafraîchissement que les cinémas ordinaires (31 % et 18 % du revenu total respectivement), ce qui explique en partie leur taux plus élevé de rendement.

TEXT TABLE VI. Revenue and Expenses Per Performance for Regular and Drive-in Theatres, by Revenue Group, 1979

TABLEAU EXPLICATIF VI. Recettes et dépenses par représentation, cinémas ordinaires et ciné-parcs, selon la tranche de revenu, 1979

Revenue group	Revenue per performance per screen		Expenses ³ per performance per screen	Average profit per performance per screen	Pre-tax profit as a percentage of revenue	
	Average admission receipts ¹	Refreshment receipts ¹				
Tranche de revenu	Recettes moyennes au guichet ¹	Recettes tirées des comptoirs de rafraîchissement ¹	Total ²	Dépenses ³ par représentation par écran	Bénéfices moyens par représentation par écran	Bénéfices avant impôt en pourcentage du revenu
			dollars			per cent pourcentage
Regular theatres – Cinémas ordinaires:						
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	110	29	140	106	34	24.3
\$ 50,000 - \$ 99,999	145	38	186	142	44	23.7
100,000 - 249,999	222	55	281	224	57	20.3
250,000 - 499,999	293	66	362	290	72	19.9
500,000 - 999,999	324	71	399	319	80	20.1
1,000,000 and over – et plus	319	64	385	299	86	22.3
Total	271	61	335	265	70	20.9
Drive-ins – Ciné-parcs:						
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	210	92	304	191	113	37.2
\$ 50,000 - \$ 99,999	346	169	519	338	181	34.9
100,000 - 249,999	552	248	807	597	210	26.0
250,000 - 499,999	788	358	1,163	854	309	26.6
500,000 and over – et plus	930	407	1,355	1,048	307	22.7
Total	617	278	905	665	240	26.5

¹ Excluding sales and amusement taxes.

¹ Ne comprend pas les taxes de vente et d'amusement.

² Includes other revenue (rental of concessions, halls, etc., and other revenue related to the operation of the theatre or drive-in).

² Comprend d'autres recettes (location des concessions, salles, etc., et autres recettes reliées à l'exploitation du cinéma ou ciné-parc).

³ Includes the salaries and wages, film rentals and royalty payments and all other expenses related to the operation of the theatre or drive-in.

³ Comprend traitements et salaires, location des films et versement de redevances, et toutes les autres dépenses reliées à l'exploitation du cinéma ou ciné-parc.

TEXT TABLE VII. Breakdown of Operating Costs, Regular and Drive-in Theatres, 1979

TABLEAU EXPLICATIF VII. Répartition des frais d'exploitation, cinémas ordinaires et ciné-parcs, 1979

Operating expenses Dépenses d'exploitation	Regular theatres Cinémas ordinaires		Drive-ins Ciné-parcs		Total \$'000	%
	\$'000	%	\$'000	%		
Staff salaries – Salaires du personnel	55,506	24	10,156	25	65,662	24
Film rentals – Location de films	87,445	37	11,838	29	99,283	36
Cost of merchandise sold – Coût des produits vendus	21,505	9	6,687	16	28,192	10
Other – Autres	69,096	30	12,314	30	81,410	30
Total	233,552	100	40,995	100	274,547	100

TEXT TABLE VIII. Employees and Salaries, by Revenue Group of Theatre, 1979

TABLEAU EXPLICATIF VIII. Employés et salaires, selon la tranche de revenu du cinéma, 1979

Revenue group Tranche de revenu	Proprietors and family workers Propriétaires et travailleurs familiaux	Paid employees Employés rémunérés		Salaries and wages Salaires et traitements
		Full time	Part time	
		Plein temps	Temps partiel	
	number – nombre			dollars
Regular theatres – Cinémas ordinaires:				
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	291	85	385	737,303
\$ 50,000 - \$ 99,999	154	321	609	2,981,775
100,000- 249,999	45	1,139	1,346	11,682,066
250,000- 499,999	6	1,568	1,213	15,500,024
500,000- 999,999	—	1,628	712	14,347,651
1,000,000 and over – et plus	—	1,307	269	10,257,155
Total	496	6,048	4,534	55,505,974
Drive-ins – Ciné-parcs:				
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	62	38	125	288,098
\$ 50,000-\$ 99,999	54	174	314	918,523
100,000- 249,999	18	412	607	3,058,579
250,000- 499,999	2	363	523	3,463,923
500,000 and over – et plus	—	224	268	2,427,071
Total	136	1,211	1,837	10,156,194
All theatres – Tous les cinémas	632	7,259	6,371	65,662,168

Text Tables VII and VIII present a breakdown of operating costs and salaries paid. The main purpose of a theatre is to show films and film rentals are a theatre's greatest expense, averaging about 36% of total operating costs. Maintenance, building rentals and utility fees (included in "other") averaged about 30% while staff salaries averaged about 24%. The cost of food and drink for resale averaged about 9% of total operating costs for regular theatres and about 16% for drive-ins.

Regular theatres and drive-in theatres differ significantly on specific costs as a percentage of ticket receipts. For regular theatres, film rentals amounted to about \$87.4 million or about 37% of ticket receipts. Drive-in theatre film rentals at \$11.8 million amounted to 31% of their ticket receipts. On the other hand, both salaries and "other" operating costs were somewhat higher for drive-ins: salaries averaged 27% of ticket receipts for drive-ins and 24% for regular theatres; "other" operating costs ran about 32% for drive-ins and 29% for regular theatres.

Les tableaux explicatifs VII et VIII présentent une ventilation des frais d'exploitation et des salaires versés. Le but principal d'un cinéma est de présenter des films, et la location de films constitue la plus grande dépense d'un cinéma, soit environ 36 % des frais d'exploitation totaux. Les frais d'entretien, de location et de services publics (classés sur la rubrique "autres") s'élèvent à environ 30 % des dépenses alors que la rémunération du personnel se chiffre à environ 24 %. Le coût des aliments et boissons achetés pour fins de revente s'élève en moyenne à 9 % des dépenses totales d'exploitation pour les cinémas ordinaires et à environ 16 % pour les ciné-parcs.

Les différents postes de dépense des cinémas et des ciné-parcs varient grandement en pourcentage des recettes au guichet. Dans les cinémas ordinaires, la location de films s'élève à environ \$87.4 millions ou à environ 37 % des recettes au guichet; dans les ciné-parcs, elle se chiffre à \$11.8 millions ou à 31 % des recettes au guichet. Par contre, la proportion absorbée par les salaires et "autres" dépenses d'exploitation est quelque peu plus élevée dans les ciné-parcs: les salaires s'élèvent en moyenne à 27 % des recettes au guichet dans les ciné-parcs et à 24 % dans les cinémas ordinaires alors que les "autres" dépenses d'exploitation totalisent environ 32 % dans les ciné-parcs et 29 % dans les cinémas ordinaires.

TEXT TABLE IX. Average Annual Profit Per Theatre, by Revenue Group of Theatre, 1979

TABLEAU EXPLICATIF IX. Bénéfices annuels moyens par cinéma, selon la tranche de revenu, 1979

Revenue group	Reporting theatres	Average profit ¹
Tranche de revenu	Cinémas déclarants	Bénéfices moyens ¹
	number	dollars
	nombre	
Regular theatres -- Cinémas ordinaires:		
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	204	6,300
\$ 50,000 - \$ 99,999	201	17,020
100,000 - 249,999	287	33,142
250,000 - 499,999	203	70,719
500,000 - 999,999	119	137,853
1,000,000 and over – et plus	50	334,553
Total	1,064	57,995
Drive-ins – Ciné-parcs:		
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	48	12,661
\$ 50,000 - \$ 99,999	72	26,475
100,000 - 249,999	94	40,947
250,000 - 499,999	57	90,026
500,000 and over – et plus	20	165,011
Total	291	50,841

¹ Before corporate taxes.

¹ Avant impôts.

Theatres employ many thousands of people: 13,630 full- and part-time staff with a total payroll in 1979 of nearly \$66 million. Drive-in theatres employ proportionately more part-time staff than do regular theatres which is of course a feature of their limited performance hours.

Profitability

Average annual pre-tax profits (revenue minus expenditures) by revenue size group paint a picture of great variability. Two hundred and four regular theatres (19.2%) earned on average only \$6,300 profit while the 50 largest regular theatres averaged \$334,553 each. While there was less extreme variation in the case of drive-ins, still, 48 earned on average a profit of only \$12,661 each while the 20 largest earned \$165,011. Clearly there are hundreds of small regular and drive-in theatres whose revenues just barely manage to cover expenses (Text Table IX).

Les cinémas emploient des milliers de personnes: 13,630 employés à plein temps et à temps partiel combinés, et la feuille de paye totale pour 1979 s'élève à près de \$66 millions. Dans les ciné-parcs, la proportion d'employés à temps partiel est supérieure à celle des cinémas ordinaires en raison, bien sûr, du nombre limité d'heures de représentation.

Rentabilité

Les données sur les recettes annuelles moyennes avant impôt (recettes moins dépenses) par tranche de revenu donnent un tableau fort irrégulier pour l'ensemble des cinémas. Deux cent quatre cinémas ordinaires (19.2 %) affichent des bénéfices moyens de \$6,300 seulement alors que la moyenne correspondante pour les 50 plus grands cinémas est de \$334,553. Pour ce qui est des ciné-parcs, les variations d'une tranche de revenu à l'autre sont moins grandes, mais 48 d'entre eux affichent néanmoins des bénéfices moyens de \$12,661 alors que la moyenne des 20 plus grands ciné-parcs est de \$165,011. Il existe donc des centaines de petits cinémas et ciné-parcs dont les recettes sont à peine suffisantes pour couvrir les dépenses (voir le tableau explicatif IX).

FILM DISTRIBUTORS

Function

The film distributor is the industry's middleman, the liaison between producers and exhibitors. In the opinion of many, the distributor also performs a "gatekeeper" function in the sense that without the distributor's interest in a particular film it is unlikely to receive a very wide exhibition. This is particularly true in the case of the feature film sector.

DISTRIBUTEURS DE FILM

Rôle

Le distributeur de film est l'intermédiaire entre le producteur et l'exploitant. Pour beaucoup, le distributeur assume également une fonction de tamisage, car si un film ne l'intéresse pas, il a peu de chance d'être présenté à une grande échelle. Cela s'avère tout particulièrement dans le cas des longs métrages.

TEXT TABLE X. Sales and Rentals of Film and Video-tape Productions, by Market and Origin of Financial Control of Film Distributor, 1979

TABLEAU EXPLICATIF X. Vente et location de films et bandes vidéo, selon le marché visé et l'origine du contrôle financier du distributeur de film, 1979

Market Marché	Origin of financial control Origine du contrôle financier			Total millions of dollars – milliers de dollars
	Canadian Canadien	Foreign Étranger		
Theatrical – Commercial:				thousands of dollars – milliers de dollars
Sales and rentals of Canadian products – Vente ou location de produits canadiens	1,967	1	1,967	
Total sales and rentals – Total des ventes ou locations	29,566	81,564	111,130	
Television – Télévision:				
Sales and rentals of Canadian products – Vente ou location de produits canadiens	5,435	1	5,435	
Total sales and rentals – Total des ventes ou locations	25,540	48,737	74,277	
Non-theatrical – Non commercial:				
Sales and rentals of Canadian products – Vente ou location de produits canadiens	10,345	1	10,345	
Total sales and rentals – Total des ventes ou locations	20,597	4,488	25,085	
Total market – Ensemble des marchés:				
Sales and rentals of Canadian products – Vente ou location de produits canadiens	17,747	703	18,450	
Total sales and rentals – Total des ventes ou locations	75,703	134,789	210,492	
Number of respondents – Nombre de répondants	69	23	92	

¹ Small amount combined with the one on line directly below.

¹ Montant infime combiné avec celui figurant sur la ligne immédiatement en dessous.

Market by Origin of Control

The 69 Canadian and 23 foreign-controlled film distributors operating in Canada do not by any means concentrate on the same markets. As Text Table X shows, foreign-controlled distributors earned \$134.8 million of which 61% (\$81.6 million) was earned from the theatrical market, that is to say, from motion pictures shown in movie houses and drive-in theatres. The television market was the second most lucrative area, representing 36% (\$48.7 million) of the foreign-controlled distributors total income. Unlike the theatrical sector, the television sector is regulated in Canada by the Canadian Radio - Television and Telecommunications Commission which in effect restricts the market for foreign produced television films. The theatrical sector, on the other hand, is virtually wide open to the foreign-controlled distributors, supplying Canadians with the big budget, technically advanced movies that Canadians obviously want to see on the big screen. It is no surprise, therefore, that the theatrical market is by far the most important to the foreign-controlled distributors. The remaining 3% of the foreign-controlled distributors revenue was earned in the non-theatrical market, i.e., the sponsored industrial-educational market.

Canadian distributors on the other hand earned their total distribution revenues of \$75.7 million spread much more evenly over the three major markets. The theatrical market represented 39%, the television market 34% and the non-theatrical market, 27%. The total revenue earned by Canadian distributors

Marché selon l'origine du contrôle

Les 69 distributeurs de film sous contrôle canadien et les 23 sous contrôle étranger exploitent au Canada des marchés tout à fait différents. Comme l'indique le tableau explicatif X, les distributeurs sous contrôle étranger ont recueilli \$134.8 millions dont 61% (\$81.6 millions) proviennent du marché commercial, c'est-à-dire des films qui sont présentés par les cinémas et les ciné-parcs. La télévision est le deuxième marché le plus lucratif, comptant pour 36% (\$48.7 millions) du revenu total des distributeurs sous contrôle étranger. Contrairement au secteur commercial, le secteur de la télévision est réglementé par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, qui limite le marché des films pour le producteur étranger. Par contre, le secteur commercial ne présente pratiquement aucune barrière aux distributeurs sous contrôle étranger qui fournissent aux Canadiens les films à gros budget et aux techniques avancées que les Canadiens aiment manifestement voir au grand écran. Il ne faut donc pas s'étonner que le secteur commercial soit de loin le plus important pour les distributeurs sous contrôle étranger. Les 3% restant des recettes des distributeurs sous contrôle étranger proviennent du secteur non commercial, c'est-à-dire le marché éducatif et industriel subventionné.

Par contre, chez les distributeurs canadiens, la répartition des recettes (\$75.7 millions) entre les divers marchés est plus égale. Le secteur commercial représente 39% des recettes, le marché de la télévision, 34%, et le marché non commercial, 27%. Les recettes totales gagnées par les distributeurs canadiens (\$75.7 millions) comptent pour seulement 36% des

TEXT TABLE XI. Number of New Theatrical Features, by Origin of Financial Control of Distributor and Origin of Copyright Ownership, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XI. Nombre de films commerciaux nouveaux, selon l'origine du contrôle financier du distributeur et l'origine des droits d'auteur, 1979

Origin of copyright ownership Origine des droits d'auteur	Origin of financial control			Total
	Canadian		Foreign	
	Canadien	Étranger	number – nombre	
Canada	24	—	—	24
France	113	21	—	134
Germany – Allemagne	29	—	—	29
Great Britain – Grande-Bretagne	9	2	—	11
Italy – Italie	28	—	—	28
United States – États-Unis	206	124	—	330
Other countries – Autres pays	88	18	—	106
Total	497	165	—	662

(\$75.7 million) represents only 36% of the total revenue earned by all distributors, even though the Canadian distributors represent 75% of the total number of distributors reporting to the survey. Since the Canadian distributors represented 87% of all theatrical titles (including 75% of all new theatrical titles) but earned only 27% of total theatrical rentals, it should be obvious that it is the foreign-controlled firms that have the contracts to distribute the big money-making titles (Text Tables XI and XII). Much the same situation exists in the television market, where Canadian distributors represented 66% of all television titles but earned only 34% of television rentals. The only market that can be said to be a Canadian dominated market is the non-theatrical area, where Canadian firms represented 83% of the titles and earned 82% of the rentals. The non-theatrical market however, represents only 12% of the total film rentals earned by film distributors.

recettes totales de tous les distributeurs, bien que les distributeurs canadiens représentent 75 % de l'ensemble des distributeurs ayant répondu à l'enquête. Comme les distributeurs canadiens fournissent 87 % de tous les films commerciaux (y compris 75 % de tous les nouveaux titres), mais n'obtiennent que 27 % de toutes les locations commerciales, il ressort que les entreprises sous contrôle étranger obtiennent les contrats pour distribuer les films les plus rentables (tableaux explicatifs XI et XII). La même situation prévaut sur le marché de la télévision où les distributeurs canadiens présentent 66 % de tous les titres mais n'obtiennent que 34 % des locations pour la télévision. Le seul marché où l'on puisse dire que le distributeur canadien domine est celui du secteur non commercial, car il y présente 83 % de tous les titres et obtient 82 % de toutes les locations. Le marché non commercial ne représente toutefois que 12 % de toutes les locations de films qui vont aux distributeurs.

TEXT TABLE XII. Productions¹ Distributed by Type and Language of Production, Market and Origin of Financial Control of Distributor, 1979TABLEAU EXPLICATIF XII. Productions¹ réparties selon le genre et la langue de production, le marché et l'origine du contrôle financier du distributeur, 1979

Type and language of production	Market and origin of financial control – Marché et origine du contrôle financier								
	Theatrical – Commercial			Television – Télévision			Non-theatrical – Non commercial		
	Canadian	Foreign	Total	Canadian	Foreign	Total	Canadian	Foreign	Total
Genre et langue de la production	Canadien	Étranger		Canadien	Étranger		Canadien	Étranger	
Films and video-tapes – Films et bandes vidéo:									
Less than 30 minutes – Moins de 30 minutes:									
English – Anglais	128	22	150	5,596	3,449	9,045	3,758	536	4,294
French – Français	—	—	—	64	599	663	314	—	314
Other – Autres	5	—	5	—	—	—	55	—	55
Total	133	22	155	5,660	4,048	9,708	4,127	536	4,663
30 - 74 minutes:									
English – Anglais	90	—	90	5,134	2,013	7,147	603	394	997
French – Français	1	—	1	167	406	573	14	—	14
Other – Autres	—	—	—	—	—	—	37	—	37
Total	91	—	91	5,301	2,419	7,720	654	394	1,048
75 minutes or more – et plus:									
English – Anglais	425	120	545	2,170	590	2,760	463	116	579
French – Français	466	51	517	410	157	567	270	29	299
Other – Autres	228	2	230	12	1	13	57	2	59
Total	1,119	173	1,292	2,592	748	3,340	790	147	937
Filmstrips and other – Film fixes et autres:									
English – Anglais	—	—	—	210	—	210	459	228	687
French – Français	—	—	—	52	—	52	158	—	158
Other – Autres	8	—	8	—	—	—	—	—	—
Total	8	—	8	262	—	262	617	228	845
Total:									
English – Anglais	643	142	785	13,110	6,052	19,162	5,283	1,274	6,557
French – Français	467	51	518	693	1,162	1,855	756	29	785
Other – Autres	241	2	243	12	1	13	149	2	151
Total	1,351	195	1,546	13,815	7,215	21,030	6,188	1,305	7,493

¹ Includes both new and old productions.

1 Comprend et les anciennes et les nouvelles productions.

Theatrical Market

Foreign-controlled distributors seem to handle little else but new feature length films in Canada, judging from the data presented in Text Tables XI and XII. Of the 173 full-length feature films distributed by foreign-controlled companies in Canada during 1979, fully 165 were new titles.

French-language films numbering 518 or one third of all films distributed in the theatrical market were primarily the domain of Canadian distributors (467 films) although foreign-controlled distributors accounted for 51. "Other" language distribution — about 16% of all theatrical films — were almost entirely in the domain of Canadian-controlled distributors.

The picture drawn by this set of statistics on the theatrical market is that foreign-controlled companies mainly limit themselves to new, first-run full length feature films produced in the United States and to a much lesser extent, France. Canadian companies on the other hand seem much more diversified between new and old films, short and long films and the source (country of production) of films. This undoubtedly reflects the economic raison d'être of the foreign-controlled film distributors in Canada: to distribute the new products of the major film companies and to let the indigenous companies take care of the rest.

Television Market

In the area of the television market, respondents reported 21,030 different episodes and titles distributed in 1979 with Canadian companies accounting for two thirds of this amount. Foreign-controlled distributors are much more diversified within the television market when compared to their concentration on new feature films within the theatrical market. Text Table XII also shows that foreign-controlled distributors are very active in French-language product, especially the 30-to 74-minute variety where they actually distribute much more product than their Canadian-controlled counterparts. There is little distribution of television product in languages other than French or English.

Non-theatrical Market

The non-theatrical sector consists mainly of industrial, educational and commercial films sponsored by corporations, governments and educational authorities which are rented out for public viewing. With distributors revenue amounting to about \$25 million it is an important area. While foreign-controlled distributors accounted for approximately 19% of English-language titles, their distribution of French and other

Le marché commercial

D'après les données des tableaux explicatifs XI et XII, les distributeurs sous contrôle étranger semblent ne s'intéresser qu'aux longs métrages nouveaux au Canada. Des 173 longs métrages présentés au Canada par des entreprises sous contrôle étranger en 1979, 165 étaient des nouveaux titres.

Les films de langue française au nombre de 518, soit un tiers de tous les films distribués sur le marché commercial, étaient en grande partie du domaine des distributeurs canadiens (467 films) bien que les distributeurs sous contrôle étranger en aient offert 51. Les films d'autres langues (environ 16 %) ont été distribués presque entièrement par des distributeurs sous contrôle canadien.

Ce qui ressort des données sur le marché commercial est que les sociétés sous contrôle étranger se limitent presque exclusivement aux nouveaux longs métrages produits aux États-Unis et, dans une moindre mesure, en France. La distribution des entreprises canadiennes, par contre, semble être beaucoup plus diversifiée, offrant des films nouveaux et anciens, des courts comme des longs métrages et des films de sources (pays de production) différentes. Il ne fait point de doute, à la lecture de ce tableau, que la présence des distributeurs de film sous contrôle étranger au Canada tient à des motifs économiques, à savoir offrir les nouveaux titres des principales sociétés cinématographiques, le reste étant laissé à la charge des entreprises du pays.

Le marché de la télévision

Dans le secteur de la télévision, les répondants, ont déclaré avoir distribué 21,030 épisodes et titres différents en 1979, dont les deux tiers provenaient de distributeurs canadiens. Les entreprises sous contrôle étranger offrent une distribution beaucoup plus variée sur le marché de la télévision que sur le marché commercial. Le tableau explicatif XII révèle également qu'elles offrent de nombreux titres de langue française, notamment des métrages de 30 à 74 minutes, dépassant en fait leurs homologues canadiens à ce chapitre. Il y a très peu de produits distribués pour la télévision dans les langues autres que le français ou l'anglais.

Le marché non commercial

Le secteur non commercial consiste principalement en films industriels, éducatifs et commerciaux subventionnés par des sociétés, des administrations publiques et des établissements éducatifs qui les louent pour fin de visionnement public. Ce secteur est un marché important si l'on considère qu'il rapporte à ses distributeurs quelque \$25 millions. Les entreprises sous contrôle étranger distribuent environ 19 % des titres de langue anglaise, et un nombre infime de produits

language titles was minimal. Nearly all of the product distributed by the foreign-controlled distributors was produced outside of Canada.

Film Distribution Company Profitability

The nine largest film distribution companies accounted for 70% of the total operating revenue of \$212.4 million earned by the 92 companies reporting to the survey (Text Table XIII). This group also earned 82% of the \$28.5 million in pre-tax profit reported by the industry. As a percentage of operating revenue, profit for this group averaged 16% or about \$2.6 million per company.

de langue française et autres. Presque tous les titres distribués par les entreprises sous contrôle étranger sont produits à l'extérieur du Canada.

Rentabilité des distributeurs de film

Les neuf plus grandes entreprises de distribution de film ont accaparé 70 % de toutes les recettes d'exploitation qui s'élèvent à un total de \$212.4 millions pour les 92 sociétés qui ont répondu à l'enquête (tableau explicatif XIII). Ce groupe affiche également 82 % des \$28.5 millions déclarés en bénéfices avant impôt par cette industrie. En pourcentage des recettes d'exploitation, les bénéfices de ce groupe s'élèvent en moyenne à 16 % ou à environ \$2.6 millions par société.

TEXT TABLE XIII. Revenue and Expenses and Average Profits, by Revenue Group of Distributor, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XIII. Recettes, dépenses et bénéfices moyens, selon la tranche de revenu du distributeur, 1979

Revenue group Tranche de revenu	Number of distributors Nombre de distributeurs	Operating revenue Recettes d'exploitation	Operating expenses — Dépenses d'exploitation			Profit (deficit) — Profit (déficit)			
			Salaries and wages Salaires et traitements	Royalties Redevances	Other Autres	Total	Total	As a percentage of revenue En pourcentage des recettes	Average per distributor Moyen par distributeur
			thousands of dollars — milliers de dollars						
Less than \$50,000 — Moins de \$50,000	17	281	66	95	114	275	6	2.1	--
\$ 50,000-\$ 99,999	6	432	83	349	172	604	(172)	(39.8)	(29)
100,000- 249,999	11	1,863	565	633	794	1,992	(129)	(6.9)	(12)
250,999- 499,999	17	5,933	866	2,019	1,774	4,659	1,274	21.5	75
500,000- 999,999	13	9,925	1,613	4,605	2,502	8,721	1,204	12.1	93
1,000,000- 4,999,999	19	44,444	4,244	29,929	7,236	41,408	3,036	6.8	160
5,000,000 and over — et plus	9	149,509	5,672	94,425	26,106	126,203	23,306	15.6	2,590
Total	92	212,387	13,110	132,055	38,698	183,862	28,525	13.4	311

TEXT TABLE XIV. Royalties, Rentals and Commissions, Paid by Distributors to Producers, by Origin of Copyright Ownership of Production and Origin of Financial Control of Distributor, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XIV. Redevances, loyers et commissions versés par les distributeurs aux producteurs, selon l'origine des droits d'auteur de la production et l'origine du contrôle financier du distributeur, 1979

Origin of copyright ownership Origine des droits d'auteur	Origin of financial control Origine du contrôle financier		
	Canadian		Foreign Étranger
	Canadian	Foreign Étranger	Total
thousands of dollars — milliers de dollars			
Canadian — Canadienne	5,250	1	5,250
Foreign — Étrangère	40,815	85,990	126,805
Total	46,065	85,990	132,055

¹ Included with Canadian.
¹ Inclus dans Canadien.

TEXT TABLE XV. Number of Employees and Salaries, by Revenue Group of Distributor, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XV. Nombre d'employés et salaires, selon la tranche de revenu du distributeur, 1979

Revenue group Tranche de revenu	Number of distributors Nombre de distributeurs number — nombre	Working proprietors Propriétaires travailleurs	Paid employees — Salariés		Total salaries and wages Total des salaires et traitements
			Part time À temps partiel	Full time À plein temps	
Less than \$50,000 — Moins de \$50,000	17	9	7	5	66
\$ 50,000 - \$ 99,999	6	2	3	8	83
100,000 - 249,999	11	1	12	24	565
250,000 - 499,999	17	—	16	47	866
500,000 - 999,999	13	—	12	50	1,613
1,000,000 - 4,999,999	19	—	3	280	4,244
5,000,000 and over — et plus	9	—	4	315	5,672
Total	92	12	57	729	13,110

For the industry as a whole and in terms of percentage of total operating revenue, salaries amounted to 6%; royalties to producers 62%; "other" expenses 18% thus leaving an overall pre-tax profit of 13% (Text Tables XIV and XV).

The financial picture suggested by Text Table XIII is of an industry dominated by a handful of very large companies with the remaining companies being much smaller; many operating at a loss. Royalties are a distribution company's largest expense. Of the \$132 million paid in royalties a mere \$5,250,000 was paid for the distribution of Canadian productions, nearly all by Canadian-controlled distributors.

Dans l'ensemble de l'industrie et en proportion des recettes d'exploitation, les salaires s'élèvent à 6 %, les redevances aux producteurs, à 62 % et les "autres" dépenses, à 18 %, ce qui laisse des bénéfices avant impôt de l'ordre de 13 % (voir les tableaux explicatifs XIV et XV).

L'image qui se dégage du tableau explicatif XIII est celle d'une industrie dominée par une poignée de grosses sociétés, toutes les autres entreprises étant relativement petites et nombre d'entre elles fonctionnant à perte. Les redevances sont les plus grosses dépenses d'une société de distribution. Des \$132 millions versés en redevances, seulement \$5,250,000 ont été payés pour des productions canadiennes, et ce, presque exclusivement par des distributeurs sous contrôle canadien.

FILM AND VIDEO-TAPE PRODUCTION COMPANIES¹

Profitability

Canada's 268 private film and video-tape production companies did not show a profit on an industry-wide basis during 1979 (Text Table XVI). Upon closer examination of the data we see that 129 of the total of 268 companies or about half had a total revenue per company of less than \$100,000; in fact, 15 otherwise active companies reported no revenue at all. This group of 129 companies had only 5% of the total market: with total revenue of about \$4,670,000 and total expenses of \$14,359,000 many of these companies will not survive as ongoing business concerns. The "middle" group of 114 companies earning between \$100,000 and \$1 million had about 31% of the total market and with a revenue of \$32,019,000 exceeding expenses of \$28,369,000 managed to turn over a 11% average pre-tax profit of \$32,018 per company.

¹ No government agencies are included in these statistics.

ENTREPRISES DE PRODUCTION DE FILMS ET DE BANDES VIDÉO¹

Rentabilité

Les 268 entreprises de production de films et de bandes vidéo privées au Canada n'ont affiché aucun bénéfice pour l'ensemble de l'industrie en 1979 (tableau explicatif XVI). En examinant de plus près les données, nous constatons que 129 des 268 sociétés répondantes, soit à peu près la moitié, affichaient un revenu total par société de moins de \$100,000; en fait, 15 sociétés actives n'ont déclaré aucun revenu. Ces 129 sociétés ne possédaient que 5 % du marché total; avec un revenu total d'environ \$4,670,000 et des dépenses de l'ordre de \$14,359,000, nombre de ces sociétés ne pourront survivre comme entreprise commerciale. Le groupe intermédiaire, soit les 114 sociétés gagnant entre \$100,000 et \$1 million occupait environ 31 % du marché total, et avec des recettes de l'ordre de \$32,019,000 et des dépenses de \$28,369,000, il a réussi à réaliser des bénéfices moyens de 11 % avant impôt, soit une moyenne de \$32,018 par société.

¹ Les organismes publics ne sont pas compris.

TEXT TABLE XVI. Revenue and Expenditures of Production Companies, by Revenue Group, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XVI. Recettes et dépenses des entreprises de production, selon la tranche de revenu, 1979

Revenue group Tranche de revenu	Number of companies Nombre d'entreprises	Revenue – Recettes			Total
		Production ¹	Other ² Autres ²		
thousands of dollars – milliers de dollars					
Less than \$100,000 – Moins de \$100,000	129 ³	4,114	556	4,670	
\$ 100,000 - \$999,999	114	28,921	3,098	32,019	
1,000,000 and over – et plus	25	59,274	8,554	67,828	
Total	268	92,309	12,208	104,517	
Expenditures Dépenses					
				Profit (deficit) Profit (déficit)	
				Average per producer	
				Moyen par producteur	
				As a percentage of revenue	
				En pour- centage du revenu	
thousands of dollars – milliers de dollars					
dollars					
Less than \$100,000 – Moins de \$100,000	2,613	3,873	7,873	14,359	(75,109) (207.5)
\$ 100,000 - \$999,999	6,917	5,543	15,910	28,369	32,018 11.4
1,000,000 and over – et plus	12,122	8,797	40,844	61,764	242,560 8.9
Total	21,652	18,213	64,627	104,492	

¹ Theatrical, television and industrial - educational production only.

² Production commerciale, télévision, et produits industriels et éducatifs seulement.

² Rental of production facilities, lab operations, distribution for others, etc.

² Produit de locations, travaux de laboratoire, distribution pour tiers, etc.

³ Includes 15 companies with no revenue.

³ Comprend 15 sociétés n'ayant aucun revenu.

Twenty-five companies had a revenue of over \$1 million each, totalling \$67.8 million or 64% of the total market. With expenses of \$61.8 million the average pre-tax profit was 9% of revenue or \$242,560 per company.

Revenue by Market

Industry wide, revenue from film and video-tape production accounted for \$92.3 million and other sources of revenue added another \$12.2 million.² In looking at the specific sources of the \$92.3 million production revenue returned to production companies, feature films accounted for about 3%; theatrical shorts 2%; television programs 27%; commercials 43%; and industrial and educational products 25%.

² No investment from outside sources is included.

Vingt-cinq sociétés affichaient des revenus de plus de \$1 million chacune, totalisant \$67.8 millions ou 64 % du marché. Une fois soustraites les dépenses de \$61.8 millions, il leur reste des bénéfices moyens avant impôt de 9 % des recettes ou de \$242,560 par société.

Recettes selon le marché

Pour l'ensemble de l'industrie, les recettes provenant de la production de films et de bandes vidéo ont compté pour \$92.3 millions et les autres sources de revenu combinées, pour \$12.2 million². En décomposant ces \$92.3 millions par source de recettes, nous constatons que les longs métrages comptent pour 3 %, les courts métrages commerciaux, 2 %, les émissions de télévision, 27 %, les commerciaux, 43 %, et les produits industriels et éducatifs, 25 %.

² Les investissements de sources externes ne sont pas compris.

TEXT TABLE XVII. Revenue from the Sale and Rental of Film and Video-tape Productions, by Market and Revenue Group of Production Company, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XVII. Recettes provenant de la vente et de la location de films et de bandes vidéo, selon le marché et la tranche de revenu de l'entreprise de production, 1979

Revenue group Tranche de revenu	Number of companies Nombre d'entreprises	Theatrical – Commercial				Non-theatrical – Industrial and educational products		
		Feature films		Shorts		Non commercial – Produits industriels et éducatifs		
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
Less than \$100,000 – Moins de \$100,000	129	420	14.9	235	10.7	2,198	9.6	
\$ 100,000 - \$999,999	114	1,629	57.9	1,690	77.0	8,578	37.6	
1,000,000 and over – et plus	25	764	27.2	271	12.3	12,020	52.8	
Total	268	2,813	100.0	2,196	100.0	22,795	100.0	
Total ¹								
Television – Télévision								
Programs				Commercials				
Programmes				annonces publicitaires				
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
Less than \$100,000 – Moins de \$100,000		721	2.9	541	1.4	4,115	4.5	
\$ 100,000 - \$999,999		6,816	27.2	10,208	25.9	28,921	31.3	
1,000,000 and over – et plus		17,550	69.9	28,668	72.7	59,273	64.2	
Total		25,087	100.0	39,417	100.0	92,309	100.0	

¹ Total refers only to the three major markets. For total revenue, including other sources, see Text Table XVI.

¹ Les totaux ne tiennent compte que des trois principaux marchés. Pour connaître les recettes totales provenant de toutes les sources, y compris "autres" voir le tableau explicatif XVI.

TEXT TABLE XVIII. Total Revenue of Production Companies, by Type of Customer, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XVIII. Recettes totales des entreprises de production, selon la catégorie de client, 1979

Customer Client	Total revenue ¹ Recettes totales ¹	\$'000,000	%
Television broadcasting companies – Entreprises de télédiffusion	18.3	17.5	
Advertising agencies – Agences de publicité	22.1	21.1	
Distributors – Distributeurs	6.4	6.2	
Educational institutions – Institutions d'enseignement	11.2	10.7	
Governments – Administrations publiques	15.7	15.0	
Industries	22.7	21.7	
Other – Autres	8.1	7.8	
Total	104.5		100.0

¹ Estimated.¹ Estimations.

What revenue has been earned from the feature film market has been earned substantially by the "middle" group of companies, those earning between \$100,000 and \$1 million in total revenues. This group accounted for 58% of feature film revenues and 77% of theatrical shorts revenue. The group of companies with revenues of over \$1 million each concentrated primarily on the television and sponsored film markets, earning about 70% of the television market revenues and about 53% of the industrial-educational (sponsored) film market (Text Table XVII).

Revenue by Type of Customer

Text Table XVIII provides a percentage breakdown of producers total revenue by type of customer. Industry and advertising agencies together provided about 43% of total revenue; television companies at 18% and governments at 15% provided substantial revenues. Educational institutions at 11% and distribution companies at 6% made up most of the remaining sources of revenue.

Film and Video-tape Production

As Text Tables XIX and XX indicate, the sheer volume of output of film and video-tape material is quite substantial: 12,704 separate titles or episodes of series. However, a substantial portion of this amount were filmstrips, almost 26%. Certainly filmstrips provide much bread and butter income but they are at best a peripheral item if one looks upon the film industry as the **motion picture** industry. Television commercials provided the largest single source of income for producers and also made up 45% of all film and video product. The remaining 29% of titles consisted of theatrical, industrial and educational films

Les recettes gagnées sur le marché du long métrage ont été accaparées en grande partie par le groupe "intermédiaire" des sociétés, soit celles qui gagnent entre \$100,000 et \$1 million. Ce groupe a absorbé 58 % des recettes provenant des longs métrages et 77 %, des courts métrages commerciaux. Le groupe des sociétés dont le revenu est supérieur à \$1 million tire ses recettes principalement de la télévision et du secteur du film subventionné, gagnant environ 70 % des recettes du premier marché et près de 53 %, des films industriels et éducatifs (subventionnés) (voir le tableau explicatif XVII).

Recettes selon le genre de clients

Le tableau explicatif XVIII fournit une ventilation en pourcentage des recettes totales des producteurs selon le genre de clients. Le secteur industriel et les agences de publicité combinées fournissent ensemble environ 43 % des recettes totales; les sociétés de télévision, environ 18 %, et les administrations publiques, 15 %. Les établissements d'enseignement, comptant pour 11 % et les sociétés de distribution, pour 6 %, fournissent la majeure partie des autres sources de revenu.

Films et bandes vidéo

Comme l'illustre les tableaux explicatifs XIX et XX, le nombre de films et de bandes vidéo produits est fort considérable: 12,704 titres et épisodes. Toutefois, une bonne proportion de ce nombre correspond à des films fixes, soit environ 26 %. Les films fixes comptent pour une bonne partie des recettes, mais ils ne sont au mieux qu'un élément accessoire si l'on considère l'industrie du film: comme étant celle de la **production cinématographique**. Les commerciaux pour la télévision fournissent la plus grande source de revenu pour les producteurs et constituent environ 45 % de l'ensemble des films et bandes vidéo. Les autres 29 % consistent en films commerciaux, industriels et éducatifs, notamment 32

TEXT TABLE XIX. Film and Video-tape Productions, by Type and Language, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XIX. Production de films et de bandes vidéo, selon le genre et la langue, 1979

Type and language of production Genre et langue de la production	Film	Video-tape Bande vidéo	Other Autres	Total
	2"			
	number — nombre			
Theatrical, television programs and non-theatrical — Commercial, programmes de télévision et non commercial:				
Less than 30 minutes — Moins de 30 minutes:				
English — Anglais	770	855	702	2,327
French — Français	245	170	12	427
Other — Autres	73	—	—	73
Total	1,088	1,025	714	2,827
30 - 74 minutes:				
English — Anglais	55	376	230	661
French — Français	188	19	7	214
Other — Autres	5	—	—	5
Total	248	395	237	880
75 minutes or more — ou plus:				
English — Anglais	15	—	2	17
French — Français	12	—	1	13
Other — Autres	2	—	—	2
Total	29	—	3	32
Commercials — Annonces publicitaires:				
English — Anglais	2,147	1,562	118	3,827
French — Français	1,054	702	93	1,849
Other — Autres	13	4	—	17
Total	3,214	2,268	211	5,693
Filmstrips and other — Films fixes et autres:				
English — Anglais	1,629	13	46	1,688
French — Français	1,431	—	14	1,445
Other — Autres	23	—	116	139
Total	3,083	13	176	3,272
Total:				
English — Anglais	4,616	2,806	1,098	8,520
French — Français	2,930	891	127	3,948
Other — Autres	116	4	116	236
Total	7,662	3,701	1,341	12,704

including 32 full-length feature films.³ It was mentioned above that most of the revenues from feature film production went to the "middle" revenue earners: this shows up in that 19 of the 32 full-length feature films were produced by the group. The largest revenue earners produced only two while somewhat surprisingly the very small companies produced 11. This could explain the very high expenses and lack of earned revenues by this group of companies since feature films require considerable investment and can often take years to earn back profits, if ever.

longs métrages³. Il a été mentionné plus haut que la plupart des recettes provenant de la production de longs métrages est accaparée par les sociétés de la tranche de revenu intermédiaire, ce qui se confirme par le fait que ce groupe a produit 19 des 32 longs métrages. Fait intéressant à noter, les sociétés affichant les plus gros revenus n'ont produit que deux longs métrages alors que les petites sociétés en ont fourni 11. Ces chiffres peuvent expliquer le montant élevé des dépenses de ce groupe et leur faible revenu, car les longs métrages représentent un investissement considérable et peuvent prendre plusieurs années à produire des recettes, si jamais il en est.

TEXT TABLE XX. Film and Video-tape Productions, by Type of Production and Revenue Group of Production Company, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XX. Production de films et de bandes vidéo, selon le genre de production et la tranche de revenu de l'entreprise de production, 1979

Type of production Genre de production	Revenue group – Tranche de revenu				Total
	Less than \$100,000 Moins de \$100,000	\$100,000- 999,999	\$1,000,000 and over et plus	number – nombre	
Theatrical, television programs and non-theatrical – Commercial, programmes de télévision et non commercial:					
Less than 30 minutes – Moins de 30 minutes	381	1,100	1,346	2,827	
30 - 74 minutes	58	356	466	880	
75 minutes or more – ou plus	11	19	2	32	
Commercials – Annonces publicitaires	315	1,904	3,474	5,693	
Filmstrips and other – Films fixes et autres	994	398	1,880	3,272	
Total	1,759	3,777	7,168	12,704	

French-language product accounted for 31% of all titles and series, the rest consisting of 67% English-language product and 2% other languages. The percentage for French-language product varies considerably by product type: 15% of under 30-minute theatrical, industrial and educational films; 24% of 30- to 74-minute film; 41% of the full-length feature films; 33% of TV commercials and 44% of all filmstrips.

Les productions de langue française ont compté pour 31 % de tous les titres et séries, celles de langue anglaise, 67 %, et le reste en d'autres langues (2 %). Le pourcentage des productions de langue française varie considérablement selon le genre: elles comptent pour 15 % des films commerciaux, industriels et éducatifs de moins de 30 minutes, 24 % des métrages de 30 à 74 minutes, 41 % des longs métrages, 33 % des commerciaux télévisés et 44 % des films fixes.

³ This number may not match the number of films actually certified for the 100% Capital Cost Allowance programme because of the difference in time period referred to in this study. Also, the 32 features noted here actually earned revenue from exhibition whereas a feature film need only be completed to the stage of principal photography to be certified by the Department of Communications.

³ Ce nombre peut ne pas correspondre à celui des films acceptés sous le programme fédéral de déduction pour amortissement à 100 % à cause de la différence dans les périodes de référence. De plus, les 32 films dont il est ici question ont rapporté des recettes alors que pour se qualifier pour le programme, le ministère des Communications n'exige que le film est atteint le stade de la prise de vue.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Family Expenditure on Theatre Tickets in Selected Cities, 1978

TABLEAU 1. Dépenses des familles pour les billets de cinéma, certaines villes, 1978

Cities Villes	Expenditure Dépenses	Percentage of families reporting expenditure Pourcentage des familles déclarantes
	dollars	
St. John's	26.20	58.1
Charlottetown - Summerside	37.00	60.8
Halifax	32.00	64.2
Saint John	29.70	54.5
Montréal	39.00	63.8
Québec	31.00	57.8
Toronto	44.50	64.3
Ottawa	46.10	77.2
Winnipeg	29.50	58.8
Regina	36.00	64.1
Calgary	47.20	71.2
Edmonton	36.20	65.1
Vancouver	32.20	59.7

Source: Statistics Canada, Catalogue 62-550, *Family Expenditure in Canada, 1978*, Vol. 2, Major urban centres: sixteen cities.
Source: Statistique Canada, *Dépenses des familles au Canada, 1978*, n° 62-550 au catalogue, vol. 2, Grands centres urbains: seize villes.

TABLE 2. Number of Theatres, Paid Admissions and Admission Receipts, by Province, 1979

TABLEAU 2. Nombre de cinémas, entrées payantes et recettes au guichet, selon la province, 1979

Province or territory Province ou territoire	Regular theatres Cinémas ordinaires			Drive-ins Ciné-parcs	
	Number of theatres Nombre de cinémas	Paid admissions Entrées payantes	Admission receipts ¹ Recettes au guichet ¹	Number of theatres Nombre de cinémas	
		'000	\$'000		
Newfoundland — Terre-Neuve	19	1,240	2,957	4	
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Edouard	8	475	1,188	7	
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	37	2,555	6,453	13	
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	30	1,525	3,735	22	
Québec	297	19,778	50,993	34	
Ontario	280	34,439	95,483	89	
Manitoba	60	3,498	8,738	18	
Saskatchewan	85	3,133	7,894	38	
Alberta	116	9,474	28,653	27	
British Columbia — Colombie-Britannique	125	10,621	31,878	39	
Yukon and Northwest Territories — Yukon et Territoires du Nord-Ouest	7	315	985	—	
Total	1,064	87,053	238,957	291	
<hr/>					
Drive-ins Ciné-parcs		Total			
Paid admissions Entrées payantes		Admission receipts ¹ Recettes au guichet ¹	Number of theatres Nombre de cinémas	Paid admissions Entrées payantes	Admission receipts ¹ Recettes au guichet ¹
'000		\$'000		'000	\$'000
<hr/>					
Newfoundland — Terre-Neuve	194	539	23	1,434	3,496
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Edouard	134	376	15	609	1,564
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	409	1,054	50	2,964	7,507
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	490	1,341	52	2,015	5,076
Québec	2,474	7,783	331	22,252	58,776
Ontario	4,600	14,712	369	39,039	110,195
Manitoba	483	1,423	78	3,981	10,161
Saskatchewan	736	2,220	123	3,869	10,114
Alberta	1,222	4,214	143	10,696	32,867
British Columbia — Colombie-Britannique	1,332	4,329	164	11,953	36,207
Yukon and Northwest Territories — Yukon et Territoires du Nord-Ouest	—	—	7	315	985
Total	12,074	37,992	1,355	99,127	276,949

¹ Excludes amusement taxes.

¹ Sans la taxe d'amusement.

TABLE 3. Breakdown of Sources of Revenue of Theatres, 1979

TABLEAU 3. Ventilation des sources de revenu des cinémas, 1979

Operating revenue	Regular theatres		Drive-ins		Total	
	Recettes d'exploitation	Cinémas ordinaires	Ciné-parcs			
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
Admission receipts ¹ – Recettes au guichet ¹	238,959	81	37,992	68	276,951	79
Refreshment sales – Ventes des comptoirs de rafraîchissement	53,309	18	17,158	31	70,467	20
Other – Autres	2,992	1	640	1	3,632	1
Total	295,260	100	55,790	100	351,050	100

¹ Excluding amusement taxes.

¹ Sans les taxes d'amusement.

TABLE 4. Admission Receipts by Origin of Financial Control and Revenue Group of Theatre, 1979

TABLEAU 4. Recettes au guichet selon l'origine du contrôle financier et la tranche de revenu du cinéma, 1979

Revenue group	Origin of financial control – Origine du contrôle financier					
	Canadian – Canadien		Foreign – Étranger		Total	
	Number of theatres	Admission receipts ¹	Number of theatres	Admission receipts ¹	Number of theatres	Admission Receipts ¹
Tranche de revenu	Nombre de cinémas	Recettes au guichet ¹	Nombre de cinémas	Recettes au guichet ¹	Nombre de cinémas	Recettes au guichet ¹
		\$'000		\$'000		\$'000
Regular theatres – Cinémas ordinaires:						
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	203	4,149	1	x	204	x
\$ 50,000-\$ 99,999	200	11,310	1	x	201	x
100,000- 249,999	270	34,263	17	2,896	287	37,159
250,000- 499,999	153	43,972	50	14,396	203	58,368
500,000- 999,999	60	32,367	59	33,553	119	65,920
1,000,000 and over – et plus	18	17,875	32	44,099	50	61,975
Total	904	143,936	160	95,023	1,064	238,959
Drive-ins – Ciné-parcs:						
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	48	1,135	—	—	48	1,135
\$ 50,000-\$ 99,999	70	3,493	2	x	72	x
100,000- 249,999	86	9,271	8	859	94	10,130
250,000- 499,999	51	11,663	6	1,432	57	13,095
500,000 and over – et plus	17	8,894	3	x	20	x
Total	272	34,456	19	3,537	291	37,992

¹ Excluding amusement taxes.

¹ Sans les taxes d'amusement.

TABLE 5. Number of Production Companies (Private Sector) and Total Revenue, by Revenue Group, 1979

TABLEAU 5. Nombre d'entreprises de production (secteur privé) et recettes totales, selon la tranche de revenu, 1979

Revenue group Tranche de revenu	Companies Entreprises		Total revenue ¹ Recettes totales ¹	
	No. – nbre	%	\$'000	%
Less than \$50,000 – Moins de \$50,000	81 ²	30.2	1,305	1.2
\$ 50,000 - \$ 99,999	48	18.0	3,365	3.2
100,000 - 249,999	67	25.0	10,482	10.0
250,000 - 499,999	29	10.8	10,243	9.8
500,000 - 999,999	18	6.7	11,293	10.8
1,000,000 and over – et plus	25	9.3	67,828	65.0
Total	268	100.0	104,516	100.0

¹ Includes production, rental and all other sources of operating revenue.

¹ Comprend les recettes de production, de location et de toutes autres sources de revenu d'opération.

² Includes 15 producers with no revenue.

² Comprend 15 producteurs qui n'ont aucun revenu.

TABLE 6. Number of Employees and Salaries, by Revenue Group of Production Company, 1979

TABLEAU 6. Nombre d'employés et salaires, selon la tranche de revenu de l'entreprise de production, 1979

Revenue group Tranche de revenu	Companies Entreprises	Type of employee – Genre d'employé			Salaries and wages Salaires et traitements	
		Proprietor Propriétaire	Paid employee – Salarié			
			Part time	Full time		
			A temps partiel	A temps plein		
	No. – nbre				\$'000	
Less than \$100,000 – Moins de \$100,000	129	28	50	246	2,506	
\$ 100,000 - \$ 999,999	114	3	108	387	6,585	
1,000,000 and over – et plus	25	—	110	568	11,484	
Total	268	31	268	1,201	20,575	

Canada

